

## GUIDA USO CANALI SOCIAL

### GRUPPO F.B.

I social network hanno stravolto anche le regole del settore business, costringendo le aziende a lavorare sulla propria immagine anche e soprattutto attraverso questi strumenti.

Essere assenti sui canali social è impensabile, perché i clienti ricercano prodotti, luoghi e imprese proprio su queste app, ma è fondamentale essere consapevoli del fatto che gli account aziendali debbano essere curati con attenzione e mai usati come profili personali. Basta pochissimo per rovinare la reputazione di un brand o danneggiare l'immagine con qualche commento non pertinente.

La risposta va oltre il lato economico, perché la presenza sulle pagine online non garantisce un aumento diretto del fatturato, ma è di sicuro un ottimo modo per organizzare e gestire con consapevolezza il proprio marchio, avvicinandosi al pubblico e aumentando il senso di appartenenza, di fiducia e di "comunità".

Con la politica del GRUPPO F.B. si è liberi condividere i post, considerando che:

- si fa parte di una "famiglia" più ampia;
- si ha la responsabilità di seguire le linee guida consigliate;

Non è indispensabile essere presenti su tutti i canali, per il GRUPPO F.B. sono importanti:

- FACEBOOK;
- INSTAGRAM.

Prendere spunto dai contenuti veicolati sulle pagine ufficiali della rete o condividere i suoi stessi post, ti permette di ridurre i tempi di gestione e comunicare con professionalità il brand.

Per le ragioni sopra esposte il GRUPPO F.B. si occuperà di creare i vari profili e fornirà le credenziali di accesso ai vari social.

# LAY-LOW

La politica per la creazione dell'account sarà:

- Nome account: LAY\_LOW\_[nome città] (esempio LAY\_LOW\_Varese)
- Password: da fornire anche a GRUPPO F.B.

Visto quanto sopra esposto è fondamentale armonizzare gli strumenti social per realizzare l'integrazione tra negozio e cliente per garantire unitarietà di immagine alla rete LAY LOW.

Sulla cartella DROPBOX FOTO sarà presente del materiale istituzionale che potrete usare liberamente.

Inoltre sarà utile fare riferimento al profilo "laylowmilano" (quello ufficiale) per ri-postare il materiale pubblicato.

Linee guida INSTAGRAM:

Inserire come immagine del profilo il logo del brand

Per quanto riguarda i post tradizionali, il consiglio è di pubblicare un'immagine al giorno, preferibilmente di mattina, all'apertura. Per le Storie sono invece possibili più pubblicazioni nel corso della giornata.

Le foto avranno ad oggetto articoli indossati o organizzati su mensole, pareti o altro; dovranno essere seguite da un breve testo di impatto e dagli hashtag

Esempio:



Lunga vita al blazer



Crea il tuo stile

#laylowmilano#style#collezioneautunnoinverno2021#madeinitaly#outfit#minidresses

## **LAY-LOW**

Le immagini dovranno subire lievi modifiche rispetto al colore o ai filtri, il cliente potrebbe contestare il prodotto da vicino perché diverso in foto!

Invogliare i clienti ed anche i semplici passanti a seguire la pagina Instagram, permetterà di aumentare i followers “clienti/acquirenti” e consolidare il rapporto con quelli già esistenti.

I banners per promozioni, sconti, saldi ed altro, saranno pubblicati la sera prima della data di inizio, all’orario di chiusura del negozio.